

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Tahun 2018, Pemilihan Gubernur Jawa Timur merupakan sarana aspirasi dan partisipasi masyarakat untuk memilih siapa yang akan memimpin dan juga mengelola sumber daya yang ada di Jawa Timur selama lima tahun kedepan. Pemilihan Gubernur atau singkatnya disebut Pilgub diselenggarakan pada tanggal 27 Juni 2018 dan akan diikuti oleh kurang lebih 30 juta penduduk Jawa Timur yang telah menjadi pemilih terdaftar. Pilgub Jatim tahun 2018 ini diikuti oleh dua pasang Calon Gubernur dan Wakil Gubernur yakni; Saifullah Yusuf-Puti Guntur Soekarno dan Khofifah Indar Parawansa-Emil Elistianto Dardak. Kedua pasangan calon tersebut saling bersaing untuk mendapatkan dominasi suara yang akan memenangkan salah satu pasangan calon dalam kontestasi politik ini. Berbagai cara dilakukan kedua pasangan calon untuk membangun citra serta mengambil hati masyarakat Jawa Timur selama kampanye. Para calon dituntut untuk mampu merumuskan visi, misi, program, dan juga isu terkini yang tidak hanya didasarkan atas dasar keinginan mereka, namun juga relevan dan bermanfaat bagi pemilih. Hal ini juga didukung oleh pihak KPU Jatim dengan menyelenggarakan debat calon kandidat yang diadakan selama tiga kali putaran debat. Dalam hal ini jelas lebih mempermudah para kandidat untuk menyampaikan secara langsung visi-misi setiap pasangan calon serta solusi apa yang diberikan untuk menjawab berbagai masalah yang diberikan oleh panelis. Namun semua itu hanya bagian dari strategi politik yang dilakukan oleh tim pemenangan masing-masing pasangan calon. Salah satu strategi kampanye yang digunakan lebih mengedepankan komunikasi kepada masyarakat untuk mengenalkan program-program dan tujuan setiap pasangan calon. Selain itu, tidak ketinggalan juga citra politik mereka kepada publik yang dibentuk harus ditunjukkan pada saat debat berlangsung.

Tidak dapat dipungkiri, pengaruh media massa cukup kuat untuk memberikan opini publik dalam kontestasi Pilgub, dimana konten ini akan memberikan informasi yang lebih jelas dan dapat diterima oleh masyarakat Jatim sehingga bisa

mengenal para Pasangan calon yang akan bersaing. Peranan media juga dimanfaatkan oleh para calon Gubernur untuk meliput segala aktivitas politik mereka guna meningkatkan citra politik para Pasangan calon kepada publik. Hal ini dilakukan oleh kedua Pasangan calon karena media massa mampu mekonstruksi opini publik sesuai dengan yang diharapkan oleh wartawan sendiri atau bahkan dari politisi sendiri. Menggunakan media sebagai strategi untuk komunikasi politik dan juga peningkatan citra politik tidak hanya dilakukan di Indonesia. Pada pemilu Presiden Amerika Serikat tahun 2016, media sangat berpengaruh dalam memberikan bingkai berita pada masing-masing calon. Dalam pemilihan, masyarakat internasional diharuskan mendapat informasi yang cukup untuk mengetahui program-program dari kandidat baik dari Donald Trump maupun Hilary Clinton. Dalam perilaku media pada pemilu di Amerika Serikat, ada media yang bersifat netral dan juga partisan. Salah satu contohnya media yang bersifat netral adalah CNN dan juga New York Times, dimana kedua media ini memberitakan presentasi *polling* dari Trump dan Clinton. Namun dalam media partisan, ada media New York Post pada edisi Juli 2016 yang memuat konten negatif kepada kubu Trump, yaitu konten yang mengangkat foto tabu dari istri Trump yaitu Melania Knauss. Hal ini menjadikan asumsi bagi masyarakat Amerika Serikat bahwa calon Ibu Negara tidak seharusnya memiliki masa lalu yang buruk.<sup>1</sup>

Pengelolaan konten mengenai aktivitas para Pasangan calon juga dilakukan media untuk memberikan opini publik dan juga bermanfaat untuk pembentukan citra politik bagi kedua pasangan calon. Pengelolaan konten pemberitaan tentang pasangan calon memang memberikan pengaruh besar bagaimana publik bisa menerima informasi tentang pasangan calon dan akhirnya memutuskan untuk memilih salah satu pasangan calon. Dalam mengelola konten pemberitaan, media massa umumnya melakukan tiga kegiatan sebelum memberikan konten tersebut kepada publik. Pertama, menggunakan symbol-simbol politik (Language of politics). Kedua, melaksanakan strategi pengemasan pesan (framing strategies). Ketiga, melakukan fungsi agenda media (agenda setting function). Dalam

<sup>1</sup> Siswanto, *Perilaku Media Massa Amerika Serikat Pada Pemilihan Presiden Tahun 2016*. (Jakarta : Pusat Penelitian Politik-Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia, 2018). Hal. 6

melakukan tindakan tersebut, sebuah media pasti dipengaruhi oleh factor internal berupa kebijakan redaksional mengenai politik, kepentingan dari pengelola itu sendiri terhadap politik, dan juga factor eksternal seperti keinginan publik ataupun kekuatan-kekuatan luar yang lainnya.<sup>2</sup>

Hal yang menarik disini adalah, iklan-iklan politik atau bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh Pasangan calon Saifullah Yusuf-Puti cukup massif dan dari seluruh pemberitaan dua Pasangan calon, pasangan Saifullah Yusuf-Puti Guntur unggul dalam pemberitaan di media online dengan 3.2017 berita atau mencapai 52 persen. Sedangkan, pemberitaan tentang Khofifah-Emil di media online mencapai 2.916 atau 48 persen.<sup>3</sup> Tentunya, dalam pemberitaan dan publikasi kepada media massa bukan murni ketertarikan dari media tersebut, namun untuk menjaga citra dan juga meningkatkan elektabilitas tentu ada factor eksternal yang tidak lain adalah relasi maupun permintaan dari pasangan calon sendiri untuk meliput tentang kegiatan pasangan calon. Dalam penjelasan Hamad, paradigma konstruktivisme melihat berita sebagai hasil konstruksi pekerja media, karena secara sifat dan fakta pekerjaan media adalah menceritakan peristiwa dan juga merekonstruksi realitas yang akan disiarkan. Dengan demikian isi dari media ini adalah realitas yang telah dikonstruksikan dalam bentuk wacana yang bermakna.<sup>4</sup>

Dari data yang ditunjukkan oleh media republika, bahwa Saifullah Yusuf – Puti Guntur memang unggul dalam konten pemberitaan media online. Berbicaramengenai media online, salah satu media online di Jawa Timur yaitu, Beritajatim.com juga ikut meliput kegiatan kedua pasangan calon. Dalam fenomena Pemilihan Gubernur kali ini, citra politik yang diinginkan oleh Pasangan calon Saifullah-Yusuf dan Puti Guntur adalah terlihat sebagai calon yang pro terhadap ulama dan juga sebaliknya. Hal ini juga dapat dikaitkan dengan penggunaan iklan politik, dimana tim dari Saifullah Yusuf-Puti Guntur dan Khofifah-Emil memanfaatkan media online sebagai *platform* untuk melakukan komunikasi

<sup>2</sup> Ibnu Hamad. *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa: Sebuah Studi Critical Discourse Analysis terhadap Berita-Berita Politik*. (Jakarta : Granit, 2004). Hal. 22

<sup>3</sup> Muhammad Fakhruddin, “I2 : Gus Ipul Unggul di Media Online, Khofifah di Medsos”, diakses dari <https://www.republika.co.id/berita/nasional/pilkada/18/04/12/p70y3t327-i2-gus-ipul-unggul-di-media-online-khofifah-di-medsos>, pada tanggal 20 Mei 2019

<sup>4</sup> Ibnu Hamad, *loc.cit.* Hal. 22

politik. Tentu dalam iklan politik, tidak lepas dari strategi framing oleh tim suksesi pasangan calon dan juga framing yang akan dikonstruksikan oleh media yang nantinya akan dijadikan konten pemberitaan. Seperti yang dikatakan Sufyanto dalam buku *Selebritisasi Politik*, maka Iklan politik tidak luput dari budaya media, yaitu budaya media yang mengarah pada citra. Sehingga, konten yang ditampilkan dalam pemberitaan harus menampilkan citra pasangan calon yang sesuai dengan visi-misi atau citra yang sudah di konstruksikan oleh tim suksesi pasangan calon atau justru dari pasangan calon itu sendiri.<sup>5</sup>

Citra politik sendiri juga dapat dibentuk dengan mengkonstruksikan suatu realitas, dimana ada suatu keadaan yang sengaja dibuat dan dibentuk untuk merealisasikan citra tersebut. Keadaan yang telah ada dan dapat membentuk citra ini akan ditunjukkan sedangkan keadaan yang tidak dapat membentuk suatu citra dan juga tidak memberikan suatu keuntungan tidak akan ditunjukkan dan ditampilkan di masyarakat. Oleh karena itu, untuk membentuk citra yang positif maupun sebaliknya, para Pasangan calon memerlukan media massa untuk mengambil peran untuk memproses sebuah konstruksi realitas politik bagi para Pasangan calon.

Penelitian ini hendak mengungkap posisi media pada kampanye Pilgub Jatim 2018 dengan mengambil kasus dari media Beritajatim.com. Media online yang berbasis di Surabaya dan fokus untuk wilayah Jawa Timur ini juga memberikan konten pemberitaan tentang Pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018. Dengan menjadi media online, maka Beritajatim.com sangat mudah diakses oleh masyarakat dalam memperoleh informasi seputar Pilgub Jawa Timur 2018. selain itu, Beritajatim.com juga telah terverifikasi oleh dewan pers nasional, sehingga Beritajatim.com dapat dikatakan sah secara legalitas dan juga kontennya dapat dipertanggungjawabkan. Fokus pada Beritajatim.com juga hanya pada media *online*, dan publikasi kontennya hanya dilakukan secara *online* saja, sehingga menjadikan Beritajatim.com menjadi media yang fokus pada pemberitaan *online* yang mengangkat topik mengenai Jawa Timur.

<sup>5</sup> Sufyanto, *Selebritisasi politik: kajian dramaturgi, habitus, dan tindakan komunikatif aktor pemilu*. (Bandung : Nusa Media, 2015). Hal 91

Aspek yang akan diteliti adalah netralitas dari Beritajatim.com dalam mengelola konten pada saat kampanye Pilgub Jawa Timur 2018. Selain untuk melihat aspek netralitas dari Beritajatim.com, peneliti juga melihat aspek dari pemilikan modal yang mengarah kepada kepentingan politiknya yang berkaitan dengan konten yang disajikan dalam Beritajatim.com. Hal ini menarik untuk diteliti lebih dalam lagi karena fenomena pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018 kali ini sedikit berbeda dengan pemilihan Gubernur pada periode sebelumnya, dimana Pilgub Jatim 2018 lebih menonjolkan sisi ulama. Hal ini terlihat dimana Khofifah Indar Parawansa serta Saifullah Yusuf yang memiliki latar belakang NU dimana Saifullah Yusuf sempat menjadi ketua GP Ansor dan Khofifah yang hingga saat ini menjabat sebagai ketua Muslimat. Kedua calon Gubernur yang memiliki citra NU membuat beberapa berita selalu memunculkan pemberitaan mengenai perebutan dukungan antara ulama untuk kedua pasangan calon, terlihat dari pemberitaan Beritajatim.com yang memuat konten tentang bagaimana Saifullah Yusuf telah didukung oleh ulama. Berdasarkan portal online Beritajatim.com pada Selasa, 12 Juni 2018 pukul 18.40 WIB “Gus Ali, salah satu ulama yang memberi doa dan restu bagi Calon Gubernur Saifullah Yusuf (Gus Ipul) dan Calon Wakil Gubernur Puti Guntur Soekarno, kandidat nomor 2 Pilgub Jawa Timur. Tetap kita kerukunan, keamanan dan ketenteraman masyarakat Jawa Timur.” Gus Ipul tidak hanya memperoleh dukungan dari masyarakat semata, namun juga memperoleh dukungan dari para kyai terlihat dari pemberitaan Beritajatim.com yang menjelaskan bahwa para Kyai mendorong parpol yang semua berseteru untuk bersatu. Hasilnya PKB, PDI Perjuangan, PKS dan Gerindra bisa bersatu dan mengusung Gus Ipul-Mbak Puti<sup>6</sup> Namun tidak menutup kemungkinan bahwa Beritajatim.com juga menuliskan konten pemberitaan tentang Khofifah Indar parawansa. Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan *Headline* yang membahas mengenai kedua pasangan calon selama periode kampanye dalam periode 1 Juni 2018 sampai dengan 23 Juni 2018 :

<sup>6</sup> Terima Hasil Pilgub Jatim, Kiai Tetap Satu Barisan Bareng Gus Ipul (2018) [Diakses 23 Oktober 2019]. [https://Beritajatim.com/politik-pemerintahan/Terima\\_Hasil\\_Pilgub\\_Jatim\\_Kiai\\_Tetap\\_Satu\\_Barisan\\_Bareng\\_Gus\\_Ipul/](https://Beritajatim.com/politik-pemerintahan/Terima_Hasil_Pilgub_Jatim_Kiai_Tetap_Satu_Barisan_Bareng_Gus_Ipul/)

Tabel 1. 1 *Headline* Beritajatim.com periode 1-23 Juni 2018

Tanggal	Saifullah Yusuf-Puti Guntur	Khofifah-Emil Dardak
Jumat, 1 Juni 2018	Ini Dua Tanda Kemenangan Gus Ipul-Puti	Peni Suparto Dukung Khofifah-Emil
	Puti Kagum Gerakan Anak Menabung di Pelosok Ponorogo	
Sabtu, 2 Juni 2018	Petani se-Madiun Raya Solid Dukung Gus Ipul-Puti	
	Barisan Soekarno Gencar Sosialisasi Gus Ipul-Puti	
	Puti Soekarno Sampaikan Gagasannya di Banyuwangi	
	Anak-anak Ngawi Doakan Bung Karno dan Puti	
Minggu, 3 Juni 2018	Gawagis Jatim Ikrar Dukung Gus Ipul-Puti	
Senin, 4 Juni 2018	Santuni Anak Yatim, Mbak Estu Minta Doa Agar Gus Ipul-Puti Menang	Emil Dardak Siap Dorong Madura Sebagai Barometer Teknologi Garam
Selasa, 5 Juni 2018	Ketika Gus Ipul Antre Sego Sambel 'Mak Yeye' Wonokromo	
	Gus Ipul Disambut Ribuan Jemaah di Haul Sidogiri	
	Dari Desa ke Desa, Mbak Estu Kampanyekan Gus Ipul-Puti	
Rabu, 6 Juni 2018	Kiai Idris Sebar Maklumat Dukung Gus Ipul ke Belasan Ribu Jemaah	Emil Dardak dan KH Maimun Zubair Hadiri Haul Sayyid Alawi Al-Maliki
		Barikade Gus Dur Siap Menangkan Khofifah-Emil
Kamis, 7 Juni 2018	Ketum PBNU Tanggapi Fatwa Fardhu 'Ain Pilih Cagub Tertentu	Emil Dardak Hadiri Acara Kadin Jatim Bareng Pakde Karwo
		Ribuan Buruh Sidoarjo Siap Menangkan Khofifah-Emil
Jumat, 8 Juni 2018	Kepincut Pendidikan Gratis, Warga Bojonegoro Pilih Gus Ipul-Puti	
Sabtu, 9 Juni 2018	Ulama Pendukung Gus Ipul Prihatin Fatwa Fardhu 'Ain dari Tim Khofifah	Dukung Khofifah-Emil, Poldem Kota Mojokerto Buka Bersama Gratis
Minggu, 10 Juni 2018	Tri Rismaharini Terus Kampanyekan Gus Ipul-Puti	Khofifah Sahur Bersama Pedagang Pasar Larangan Sidoarjo
	Lihatlah Cara Risma Promosikan Gus Ipul-Puti	Spanduk Fardhu 'Ain Pilih Khofifah Ada di Surabaya dan Sidoarjo

	Kader PDI-P Melirang Siap Menangkan Gus Ipul-Puti	NasDem Kabupaten Malang Yakin Khofifah-Emil Menang
	Gandeng Fatayat, Risma Kampanyekan Program Pendidikan Gus Ipul-Puti	Jarmunu Malang Baca Alfatihah 3 Kali untuk Kemenangan Khofifah-Emil
	Relawan Bintang 9 Kawal Kemenangan Gus Ipul Hingga TPS	
Senin, 11 Juni 2018	PDIP Gresik Minta Kadernya Tetap Solid	Mimpi Emil Dardak, Tidak Ada Kesenjangan antara Utara dan Selatan
	Tim Gus Ipul-Puti Kampanyekan Rp 1 Triliun untuk Madura	
Selasa, 12 Juni 2018	Relawan Gus Ipul-Puti Bagikan Ratusan Paket Takjil	Pendukung Khofifah Diminta Fokus Pastikan Kemenangan
	Pilgub Jatim 2018 Menghangat, Ini Pesan Gus Ali	Dukungan PAN ke Khofifah-Emil Solid
Rabu, 13 Juni 2018	Puti Kawal Program Perhutanan Sosial Jokowi di Jatim	Ki Gendeng Sobo Langit Yakin Khofifah-Emil Menang
	Di Balik Dukungan Risma pada Puti Guntur	
Minggu, 17 Juni 2018	Bani Hasbullah Said Doakan Gus Ipul, Termasuk Ketum PPP Romi	
Senin, 18 Juni 2018		Pakde Karwo dan SBY Kawal Penuh Kemenangan Khofifah-Emil
Selasa, 19 Juni 2018	Bikin Heboh, Ribuan Penjaga Toko Serbu Gus Ipul di TP	SBY dan Keluarga Cikeas Mantapkan Dukungan ke Khofifah-Emil
	Risma ke Sidoarjo Beri Strategi Memutus Kemiskinan di Jatim	Paguyuban Pencak Silat Madiun Merapat ke Khofifah-Emil
Rabu, 20 Juni 2018		Di Jatim Park 3, Emil Dardak dan AHY Jadi Rebutan Selfi Pengunjung
Kamis, 21 Juni 2018	Kampanye Akbar Gus Ipul-Puti di Madiun Dimeriahkan Parade Budaya	Emil Dardak Disambut Histeris Sholawat Badar Ibu Muslimat
Jumat, 22 Juni 2018		Sisa Waktu Kampanye, Khofifah Membaur dengan Buruh PT Sekar Laut
		Pemuda Pancasila Siap Kawal Suara Khofifah-Emil dari Kecurangan
Sabtu, 23 Juni 2018	Risma Sinergikan UKM Antardaerah di Jatim	Emil Dardak dan Arumi Bachsin Curi Perhatian Pengunjung Tunjungan Plaza
	Risma Ajak Warga Jombang Pilih Gus Ipul-Puti	Ini Visi Misi Khofifah-Emil untuk Sektor Tata Kelola Pemerintahan Jatim
	PKS Seluruh Jatim Solid Menangkan Gus Ipul	SLRT, Persembahkan Khofifah-Emil di Sektor Layanan Publik

	NU Siapkan Gus Ipul sebagai Gubernur Jatim Sejak 10 Tahun Lalu	Pakde Karwo Ajak Masyarakat Jawa Timur Pilih Khofifah-Emil
	Bersama Risma, Nahdliyin Siap Menangkan Gus Ipul-Puti	Khofifah-Emil Siap Aplikasikan Citizen Charter di Jawa Timur
	Paparkan Prestasi Reformasi Birokrasi, Gus Ipul Kenalkan 'Kolaborasi'	
	Ini Resep Jitu Puti Soekarno Soal Ego Sektoral	
TOTAL	37 Konten	27 Konten

**Sumber:** [www.beritajatim.com](http://www.beritajatim.com)

Dilihat dari hasil data diatas, sekilas dapat dilihat bahwa konten yang dimuat oleh Beritajatim.co dalam periode 1-23 Juni 2018 cenderung lebih banyak mengandung konten yang membahas Saifullah Yusuf-Puti Guntur daripada Khofifah-Emil. Hal ini juga menarik apabila dilihat, konten yang memuat mengenai Saifullah Yusuf-Puti Guntur hampir setiap hari ada pada portal Beritajatim.com pada periode 1-23 Juni 2018. Namun hal itu belum menjadi bukti pasti untuk melihat netralitas dan posisi dari Beritajatim.com sebagai media publikasi. Untuk melihat bagaimana pengelolaan konten oleh Beritajatim.com, maka diperlukan analisis konten lebih mendalam. Selain mengetahui posisi Beritajatim.com dalam kampanye Pilgub Jatim 2018, dengan menggunakan konten analisis, juga dapat melihat bagaimana Beritajatim mengkonstruksikan dan mengelola konten pemberitaan kedua Pasangan calon. Sesuai dengan peran media massa, maka Beritajatim.com juga akan melakukan framing media untuk mencitrakan kedua pasangan calon, namun apakah didalamnya terdapat kepentingan yang mempengaruhi pengelolaan konten didalamnya atau tidak, perlu dilakukan analisis lebih dalam dengan menggunakan wawancara yang nantinya dikorelasikan dengan metode konten analisis. Dalam paradigma konstruksionis, sebuah fakta dan juga realitas bukanlah sesuatu yang instan, ada, dan juga langsung menjadi bahan pemberitaan, melainkan fakta dan realitas pada dasarnya telah dikonstruksikan. Melihat dari paradigma tersebut, maka dalam setiap liputan dan pemberitaan politik, media mempunyai tempatnya sendiri sehingga ada proses internalisasi oleh mediayang yang berujung pada pemberitaan yang terkonstruksi. Konstruksi sebuah

citra dibangun oleh media massa melalui dua model; (1) Model *good news*, dan (2) model *bad news*.<sup>7</sup> Berdasarkan dengan nama kedua model tersebut, maka apabila sebuah media ingin membentuk sebuah konstruksi, maka media dapat mengkonstruksikan citra politik yang baik dan akan memberikan konten pemberitaan yang positif juga. Hal itu dirasa dapat menguntungkan kedua pasangan calon atau bahkan salah satu pasangan calon. Oleh karena itu dalam penelitian ini dimaksudkan untuk melihat bagaimana posisi Beritajatim.com sebagai media yang memainkan peran untuk publikasi dan mensosialisasikan tentang visi misi dan sebagai media untuk kampanye bagi kedua pasangan calon kepada masyarakat Jawa Timur, apakah terlalu condong kepada salah satu pasangan calon atau justru menguntungkan keduanya yang bisa dikatakan netral.

### **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana posisi Beritajatim.com pada masa kampanye Pilgub Jawa timur 2018?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui bagaimana posisi Beritajatim.com dalam masa kampanye Pilgub Jatim 2018.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

- 1 Secara akademis, penelitian ini bisa memberikan wawasan dan juga pengalaman ilmu bagi mahasiswa di Departemen Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
2. Secara teoritis, untuk mengimplemetasikan ilmu yang diperoleh selama menjadi mahasiswa Departemen Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga dan juga untuk menambah ilmu serta wawasan peneliti mengenai analisis menggunakan analisis agenda setting dan framing oleh media.

<sup>7</sup> Apriadi Tamburaka, *Agenda Setting Media Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2012). Hal. 81

3. Secara praktis, penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan saran bagi siapapun yang ingin tertarik dengan dunia jurnalistik maupun politik dan juga masukan bagi siapapun yang sudah bergerak di bidang jurnalistik ataupun media ataupun juga dapat menjadi saran bagi Berita Jatim.

## 1.5 Konseptualisasi

### 1.5.1 Media Massa

Media massa dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti sarana atau saluran resmi sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita dan pesan kepada masyarakat. Sarana ini juga komunikasi ini juga terdiri dari beberapa jenis, diantaranya adalah surat kabar, majalah, buku, radio, televisi, dan saat ini juga sudah ada media online yang bias diakses kapan saja oleh siapa saja.

Media Massa merupakan sebuah wadah dan juga tempat dimana komunikasi dilakukan. Komunikasi dalam hal ini adalah komunikasi antara penyelenggara dengan audience atau pihak yang menikmati konten dari media tersebut. Media dalam hal ini sebagai *platform* atau alat untuk publikasi dan memberikan informasi yang nantinya akan diterima dan juga diakses oleh masyarakat. Menurut Apriyadi dalam Mediaisasi Politik, media adalah kekuatan yang sangat kuat dalam masyarakat yang dapat menggeorogoti nilai norma social sehingga dapat merusak tatanan social. Untuk menghadapi ini, media harus berada dibawah control elit politik agar tidak merubah tatatanan maupun struktur social yang ada.<sup>8</sup>

Media, atau dalam dunia jurnalistik dikenal sebagai Pers, memiliki beberapa macam peran. Peran pertama dan yang paling penting adalah menyiarkan sebuah informasi baik berupa informasi tentang suatu peristiwa yang sedang terjadi, suatu gagasan, atau konten mengenai pikiran seseorang. Tentunya, seseorang membaca sebuah media tentu ingin mendapatkan sebuah informasi. Peran kedua adalah untuk memberikan sebuah edukasi. Melalui konten pemberitaan, pers mencoba

<sup>8</sup> Muhammad Hildan Azizi, Mediaisasi Politik: Studi Kasus Konstruksi Citra Politik Pasangan Soekarwo-Saifullah Yusuf (KarSa) dalam Konten Pemberitaan Harian Jawa Pos di Pemilihan Gubernur Jawa Timur Tahun 2013, (Surabaya: Universitas Airlangga, 2014).. Hal. 14

memberikan sebuah pencerahan, mencerdaskan, dan juga meluaskan wawasan pembaca, pendengar, atau juga pemirsanya. Dalam hal politik, pers atau media memberikan sebuah edukasi politik kepada masyarakat, menyadarkan mereka akan hak dan juga kewajiban sebagai warga negara. Peran ketiga adalah untuk menghibur dimana sebagian besar media massa yang ada memang bertujuan untuk menghibur. Peran keempat adalah untuk mempengaruhi. Media yang independent dapat memberikan pengaruh dan juga melakukan fungsi kontrol social dimana yang menjadi focus control social ini tidak hanya pihak pemerintah maupun instansi, tetapi juga masyarakat itu sendiri. Hal ini juga diatur dalam UU No. 40/1999 tentang Pers, yaitu menjelaskan salah satu fungsi media massa adalah sebagai alat kontrol sosial.<sup>9</sup> Media pers merupakan komunikasi publik yang dapat menjangkau sasaran yang luas. Menurut Montesquieu, pers dan media dapat dikatakan sebagai *Quadru Politica* dan menjadi bagian pelengkap untuk *Trias Politica*.

Media dapat dikatakan sebagai *Platform* untuk digunakan sebagai komunikasi dari satu orang ke orang yang lain baik secara personal maupun publik, dan dari satu tempat ke tempat yang lainnya. Komunikasi adalah suatu tranfer pesan, data, informasi dari satu orang ke orang lain di satu tempat atau justru berbagai tempat. Sesuai peran, media adalah tempat atau wadah untuk berkomunikasi. Media bisa berbentuk koran, televisi, radio, atau bahkan pamflet. Sedangkan untuk media massa, fokusnya tidak hanya pada satu orang atau hanya kelompok, namun fokus untuk menjangkau masyarakat luas dalam waktu yang bersamaan di berbagai tempat.<sup>10</sup>

### 1.5.2 Fungsi Media Massa

Media massa memiliki fungsi utama yaitu sebagai sarana komunikasi antara manusia untuk bertukar dan menyebarkan informasi. Sehingga dapat dikatakan fungsi utama media sangat berpengaruh dan memegang peranan penting dalam kehidupan manusia untuk berbagai bidang, seperti politik, ekonomi, budaya, dan

<sup>9</sup> Aria Aditya Setiawan, *Peran Media Massa dalam Meningkatkan Kualitas Kepemerintahan Lokal Berbasis Human security di Kota Jayapura*. (Semarang : Universitas Diponegoro, 2013), Hal. 8

<sup>10</sup> Kegan Paul, *Journal of Politics*. (UK : Cambridge Library, 2015) Hal. 6

sosial. Menurut Reese dalam *Mediating the Message*, ada beberapa fungsi dalam media massa, diantaranya :

- a. Untuk pengawasan lingkungan, dimana dalam fungsi ini media berupaya mengumpulkan dan menyebarkan informasi tentang berbagai peristiwa yang ada didalam atau diluar lingkungan masyarakat. Berita yang disebarkan diharapkan oleh masyarakat sebagai peringatan agar masyarakat atau publik dapat menilai dan menyesuaikan pada kondisi yang sedang berkembang. Fungsi ini diupayakan untuk mengatur opini pada publik dan juga mengontrol kekuasaan dan sebagainya.
- b. Sebagai korelasi antar bagian dalam masyarakat dalam memberikan tanggapan terhadap lingkungan. Fungsi ini dapat diinterpretasikan pada informasi dan preskripsi untk mencapai suatu konsensus dalam upaya mencegah konsekuensi yang tidak diinginkan.
- c. Sebagai transmisi atau sosialisasi dari sebuah nilai pengetahuan dari suatu generasi ke generasi yang selanjutnya. Dalam fungsi ini, media massa diharapkan dapat memberikan wawasan pendidikan kepada masyarakat melalui informasi. Dari informasi ini anggota atau kelompok masyarakat tertentu dapat menjadi satu dengan anggota atau kelompok masyarakat lainnya. Banyaknya urbanisasi yang terjadi, peranan media sangat dibutuhkan untuk masih berkomunikasi antara satu kelompok dengan yang lainnya agar mereka tetap terhubung satu dengan yang lainnya dan juga dapat terjadi proses sosialisasi.
- d. Media juga memiliki fungsi sebagai sarana hiburan. Pada fungsi ini, ditujukan kepada usaha media untuk memberikan hiburan kepada masyarakat. Masyarakat menggunakan fungsi media ini untuk menjadikan media menajdi suatu sarana untuk melepas kejenuhan.<sup>11</sup>

<sup>11</sup> Shoemaker dan Reese, *Mediating the Message : Second Ed.* (USA, Longman Publisher, 1996). Hal. 39

### 1.5.3 Media Online

Semakin kesini, internet kian menjadi kebutuhan primer dalam kehidupan manusia hampir tidak dapat dipisahkan dari kegiatan sehari-hari. Media online merupakan jenis media baru dan sangat erat kaitannya dengan internet, karena internet merupakan platform utama untuk menjalankan dan menyebarkan semua informasi yang ada dan dapat dijangkau dengan mudah oleh masyarakat dan khususnya berbasis online. Denis McQuail dalam buku *Mass Communication Theory* mendefinisikan internet sebagai sebuah media dengan memiliki karakteristik sendiri. Internet memiliki teknologi, cara penggunaan, lingkup layanan, isi dan memiliki image tersendiri. Internet tidak dimiliki, dikendalikan, atau dikelola oleh sebuah badan tunggal atau institusi pemerintahan, akan tetapi merupakan sebuah jaringan komputer yang terhuung secara internasional dan juga beroperasi berdasarkan protokol dan aturan yang telah disepakati bersama. Beberapa organisasi khususnya *provider* atau penyedia layanan dan badan telekomunikasi memiliki peran dalam pengoperasian internet.<sup>12</sup>

Dalam dunia media, jurnalistik sangat erat dengan istilah jurnalisme yang berarti bidang disiplin dalam mengumpulkan, melaporkan, dan menganalisis data fakta atau informasi yang mengenai kejadian yang aktual dan kemudian melaporkannya atau disebarkan kepada khalayak umum. Orang yang mempraktikkan kegiatan jurnalistik disebut dengan jurnalis atau biasa dikenal wartawan. Online merupakan istilah bahasa dalam internet yang artinya sebuah informasi dapat diakses dimanapun selama memiliki jaringan internet yang disediakan oleh *provider*. Oleh sebab itu, jurnalisme online adalah suatu perubahan baru dalam ilmu jurnalistik. Laporan dari jurnalistik dengan menggunakan teknologi internet maka akan disebut dengan media online yang menyajikan informasi cepat dan mudah diakses dimana saja dan kapanpun.

Media online merupakan sebuah media yang menggunakan internetsepintas orang akan menganggap bahwa media online juga merupakan salah satu dari jenis media elektronik. Namun beberapa ahli dan pakar media memisahkannya dalam

<sup>12</sup> Denis McQuail, *Mass Communication Theory*, (London: SAGE Publications, 1983), Hal. 28-29

kelompok sendiri. Alasan dari pemisahan ini adalah media online menggunakan gabungan dari proses media cetak dengan menulis informasi yang disalurkan melalui sarana elektronik, namun juga berhubungan dengan komunikasi personal yang memberikan kesan perorangan.<sup>13</sup>

Media online juga merupakan media massa yang dapat kita temukan di internet. Sebagai sebuah media massa, media online juga menggunakan kaidah dan juga nilai-nilai dari jurnalistik dalam sistem kerja mereka, termasuk juga memiliki independensi. Internet sebagai media online merupakan media jenis baru, internet memiliki beberapa karakteristik, seperti halnya dengan media yang berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, interaktif, berfungsi secara privat dan publik, memiliki aturan yang rendah, dan saling berhubungan. Internet juga memiliki pintu gerbang baru bagi sebuah organisasi yang dapat diakses secara global dari berbagai penjuru dunia. Karakteristik yang interaktif dari internet dapat menjadi sebuah sarana yang efektif untuk membangun dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan apabila digunakan dengan bijak dan benar.<sup>14</sup>

#### **1.5.4 Keberpihakan Media**

Dalam dunia media massa, kepentingan tidak dapat dilepaskan. Kepentingan yang dimaksudkan merupakan suatu kepentingan politik, mengingat media dan juga politik adalah kedua kekuatan yang saling berpengaruh dan membutuhkan. Media memiliki sifat independensi dan sudah seharusnya memiliki sifat netral dari kepentingan politik. Namun netralitas dan independensi masih dikatakan semu apabila sebuah media telah terpengaruh oleh kepentingan politik. Hal ini menjadikan media massa berpihak pada siapa yang memiliki kepentingan terhadap media tersebut. Kepentingan ini terjadi atas dasar kebutuhan dari pihak aktor politik untuk memperluas komunikasi politik yang dilakukan. Terlebih, kekuatan media massa yang mampu mengolah opini publik juga diperlukan oleh pihak aktor politik untuk membentuk suatu citra politik. Sehingga tidak heran

<sup>13</sup> Sahrul Gunawan, *Peran Media Online Detik.com di Kalangan Civitas Akademik FDK UINAM*, (Makassar, 2017) Hal. 22

<sup>14</sup> *Ibid*, Hal. 23

apabila keberpihakan sebuah media atas dasar kepentingan bisnis sering dilakukan. Namun, tidak serta merta apabila media meliput seorang aktor dan secara otomatis media dikatakan berpihak pada aktor politik.

Ada dua kriteria untuk melihat apakah media tersebut berpihak pada seorang aktor politik. Yang pertama adalah dilihat dari konten yang dmuat dalam berita media tersebut, apabila konten tersebut terlalu condong pada salah satu pihak dan mengulang-ulang konteks konten dalam berita sehingga menciptakan realitas yang ditangkap oleh publik, maka dapat dipastikan media tersebut telah berpihak pada aktor tersebut. Hal ini ditujukan untuk melakuakn sebuah *brain washing* kepada publik agar realitas yang diinginkan oleh aktor politik melalui media massa dapat terwujudkan, hal ini berkaitan dengan *framing* dan berujung pada pembentukan citra seorang aktor politik. Selain itu, konten berita juga dapat memuat mengenai pemberitaan yang melemahkan dan merugikan pihak yang tidak memiliki kepentingan, sehingga media akan terlihat *pro* kepada pihak yang telah melakukan kerjasama berupa pemasangan iklan politik.<sup>15</sup>

Dari pengelolaan konten ang berpihak diatas, tidak terlepas dari kepentingan dari pemilik suatu media. Leberpihakan satu media juga terpengaruh oleh pemilik media itu sendiri. Secara konsep, media telah menjadi alat bagi partisan politik yang ingin mendapatkan kekuasaan, namun disisi lain media juga bisa menjadi pengawas dari kekuasaan mereka. Saat ini media juga menjadi kekuatan keempat dalam kehidupan sosial, ekonomi, dan politik. Hal ini disebabkan oleh peran media dalam menyampaikan pendapat dan berita yang bisa mempengaruhi kehidupan sosial, ekonomi, dan politik. Dalam paham marxisme disebutkan bahwa ideologi suatu media akan mengikuti arus ideologi pemilik media tersebut. Sehingga media dipaksa harus melayani kepentingan dari pemilik media yang berpengaruh pada konten yang telah disajikan dalam berita oleh sebuah media.<sup>16</sup>

<sup>15</sup> “Keberpihakan Media Massa Pada Pilpres 2019”

<https://www.kompasiana.com/amp/usmansantosa/5bade31443322f783233fb45/keberpihakan-media-massa-pada-pilpres-2019> (Diakses pada tanggal 27 Oktober 2019)

<sup>16</sup> Novrian Panji Sawung Jiwarka Subagyo, *Keberpihakan Media Massa (Studi Kualitatif Analisis Framing Konflik Nasdem antara Hary Tanoe dan Surya Paloh dalam Surat Kabar Seputar*

### 1.5.5 Citra Politik

Citra politik menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah suatu gambaran, dimana gambaran disini dapat diaplikasikan pada diri seseorang atau suatu kelompok organisasi. Citra juga dapat dibentuk dalam suatu realitas, yang artinya adalah citra dapat dikatakan sebagai suatu keadaan yang sengaja dibuat. Dapat diartikan keadaan disini adalah yang telah ada dan dapat membentuk suatu gambaran yang diinginkan dan ditunjukkan, dan juga sebaliknya apabila ada keadaan yang tidak ada dan tidak menguntungkan maka gambaran atau citra tersebut tidak akan ditampilkan pada masyarakat. Dalam politik, citra diperlukan untuk menunjukkan keadaan atau gambaran diri dari seorang actor politik. Citra dalam politik sangat dibutuhkan karena untuk memperoleh suatu tujuan dalam kepentingan, bisa dilihat pada saat pemilu seorang actor politik yang mencalonkan diri apabila menginginkan suara yang bisa mendukungnya maka dia harus memiliki citra yang baik.<sup>17</sup> Untuk mewujudkan citra politik yang baik, maka seorang actor memerlukan peran media untuk mendukung citranya, fungsi media disini adalah untuk mengkonstruksi citra politik yang diinginkan oleh actor ataupun tim dari actor tersebut pada saat pemilihan umum berlangsung.

### 1.5.6 Pemilihan Kepala Daerah dan Kampanye

Pilkada atau Pemilihan Kepala Daerah dan juga Wakil Kepala Daerah merupakan suatu kontestasi politik untuk memilih pasangan Kepala Daerah dan juga Wakil Kepala Daerah yang dipilih langsung oleh masyarakat. Pada Pilkada pemilihan dilakukan untuk memilih Gubernur dan Wakil Gubernur sebagai kepala provinsi, Bupati dan Wakil Bupati untuk wilayah kabupaten, serta Walikota dan Wakil Walikota untuk wilayah kota. Dari proses pilkada secara langsung yang dimulai sejak 1 Juni 2005, sebenarnya hal itu belum terwujud sepenuhnya, dalam

*Indonesia dan Media Indonesia Periode 22-31 Januari 2013*), (Surakarta, Universitas Sebelas Maret, 2013). Hal. 5

<sup>17</sup> Vivi Ardiyanti, *KONSTRUKSI CITRA POLITIK TRI RISMAHARINI DI MEDIA SUARA SURABAYA*

*(Studi Kasus Pemberitaan Tri Risma di Rubrik Politik SuaraSurabaya.net terkait citra positif di khalayak Media Suara Surabaya)*, (Surabaya : Universitas Airlangga, 2015). Hal. 19

suatu sistem politik di Indonesia, rakyat memang memilih pemimpinnya secara langsung, namun kandidat harus melalui sistem pemilihan melalui partai politik yang membuat para kandidat masih diatur oleh sistem dari partai politik tersebut.<sup>18</sup>

Secara tidak langsung, pilkada memberikan realitas bahwa yang bisa menjadi kepala daerah adalah seseorang yang telah memiliki modal sosial, politik, dan juga ekonomi. Karena ketiga modal tersebut merupakan sumber dari sebuah kekuasaan. Tanpa memiliki tiga modal tersebut, seorang kandidat akan susah untuk lolos dalam kontestasi politik terutama pada saat seleksi partai. Dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa modal yang paling diperlukan untuk menjadi kepala daerah adalah modal ekonomi. Dengan memiliki modal ekonomi yang besar, maka kandidat akan sangat mudah melakukan kampanye atau suatu komunikasi politik dengan membayar media massa untuk dijadikan *platform* dalam berkampanye.<sup>19</sup>

### 1.5.7 Framming Media

Bingkai atau framing dapat didefinisikan sebagai gagasan pengaturan pusat untuk isi berita yang memberikan konteks dan mengajukan isu melalui penggunaan pilihan, penekanan, pengecualian, dan pemerician. Dalam tingkat selanjutnya, Agenda Setting juga dapat dianggap sebagai fenomena yang bisa disebut juga sebagai framing media. Ghanem (1997) dalam Severin dan Tankard Jr (2010) mengidentifikasi empat dimensi utama dalam pembingkaiian agenda setting. Dimensi ini juga bertujuan untuk menjadi atribut dalam agenda setting, antara lain:

1. Topik artikel berita (apa yang akan dimasukkan dalam bingkai)
2. Penyajian (ukuran dan penempatan)
3. Atribut Kognitif (detail-detail yang dimasukkan dalam bingkai)
4. Atribut efektif

<sup>18</sup> Muhammad Hildan Aziz, *Op.Cit* Hal. 32

<sup>19</sup> *Ibid*, Hal. 33

## 1.6 Kerangka Teori

### 1.6.1 Teori Agenda Setting

Walter Lipmann pernah mengungkapkan pernyataan bahwa media berperan sebagai mediator antara “*the world outside and the picture in our heads.*” McCombs dan Shaw juga berpendapat yang sama. Hal ini berarti menurut para ahli, media adalah perantara antara apa yang kita pikirkan dan diwujudkan serta di informasikan kepada masyarakat melalui media.<sup>20</sup> Teori agenda setting adalah teori yang menyatakan bahwa media massa merupakan pusat penentuan kebenaran dengan kemampuan media massa untuk mentransfer dua elemen yaitu kesadaran dan informs ke dalam agenda public dengan mengarahkan seluruh isu-isu yang dianggap penting oleh media massa.<sup>21</sup> Ada dua asumsi dasar yang mendasari penentuan agenda, diantaranya :

1. Masyarakat pers dan media massa tidak mencerminkan kenyataan; mereka menyaring dan juga membentuk suatu isu.
2. Konsentrasi media massa yang hanya ada pada beberapa masalah masyarakat yang nantinya akan ditayangkan sebagai isu-isu penting daripada isu yang lain.

Melihat pengaruh media yang cukup besar dalam membentuk opini masyarakat, maka pemanfaatan media dalam politik juga perlu dilakukan sebagai langkah untuk komunikasi politik. Melalui agenda setting, media dapat memberikan konten sesuai apa yang diinginkan media. Hal ini sering dimanfaatkan aktor politik kepada pemilik modal media untuk membantu strategi komunikasi aktor politik dalam suatu kontestasi politik. Media dan politik merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Banyak konsep yang digunakan untuk menghubungkan keduanya. Namun konsep yang paling relevan adalah konsep dari mediaisasi dan mediasi dari politik itu sendiri. Yang dimaksudkan dalam mediasi disini adalah menghubungkan logika dan konsep masing masing dari keduanya. Dalam Stromback pada bukunya *Mediatization of Politics*, menyatakan bahwa mediasi dapat dipahami dengan dua hal, yang *pertama* adalah sebagai aksi netral untuk

<sup>20</sup> Apriadi Tamburaka, *Op.Cit.* Hal. 22

<sup>21</sup> *Ibid*, Hal. 23

mentransmisikan pesan kedalam berbagai media dan yang *kedua* adalah mediasi dapat dipahami sebagai konfigurasi atau menghubungkan ulang keseluruhan dari persoalan politik terkait dengan teknis dari sebuah media. Dan dengan kedua hal tersebut mediasi dalam politik menjadi syarat utama dalam konsep mediaisasi politik.

Dalam beberapa dekade, dunia telah menyaksikan transformasi ganda dari demokrasi. Pada satu sisi, demokrasi dijadikan kemenangan atas komunisme dan sistem pemilihan pemimpinnya, sedangkan disisi lain, demokrasi dijadikan sebagai alat untuk masyarakat dapat dengan bebas menyuarakan pendapat mereka. Hal ini sesuai dengan konsep dari demokrasi itu sendiri dimana demokrasi diciptakan pada dasarnya untuk memberikan kekuasaan dan legitimasi ditangan rakyat. Untuk memberikan kontrol penuh pada tangan rakyat, maka muncul media sebagai instrumen penengah yang diberika kebebasan untuk menjadi wadah atau *platform* bagi rakyat dalam hal menyampaikan pendapat mereka. Karena sidaf media yang independen dan tidak terafiliasi oleh pihak rakyat ataupun pemerintah, maka Stromback mengatakan bahwa media merupakan bagian keempat dari *trias politica*. Banyak institusi pemerintah yang menemukan kegelisahan dengan banyaknya peningkatan penekanan dari rakyat ataupun media sehingga menjadikan pemerintah ingin mengatur dan memberikan batasan pada media.<sup>22</sup> Namun pada kenyataanya, memang media dan juga politik adalah kedua hal yang saling berkaitan. Ibarat dua sisi sebuah koin, media dan politik memang saling membutuhkan, dimana menurut Stormback dalam *Jurnalism Studies*, media merupakan pengaruh besar dalam masyarakat. Melalui informasi yang disampaikan dari konten yang dibuat, media dapat memberikan dampak yang cukup kuat terhadap masyarakat.<sup>23</sup> Media massa merupakan saluran komunkasi politik yang banyak digunakan untuk suatu kepentingan. Hal tersebut dikarenakan karena sifat media massa yang yang membawa pesan-pesan entah dalam bentuk informasi ataupun citra olitik seseorang secara massif dan menjangkau khalayak secara luas dan beragam. Menurut Pawito dalam buku Komunikasi Politik Media Massa dan

<sup>22</sup> Stromback dan Frank, *Mediatization of Politics*. (UK, Palgrave Macmillan UK, 2014) hal. 3

<sup>23</sup> Stromback, *Jurnalism Studies*. (London : Routledge, 2014). Hal. 244

kampanye Pemilihan, public juga menjadikan sebuah informasi yang diperoleh dari media massa sebagai rujukan bagi pemahaman dan interpretasi terhadap peristiwa penting. Informasi media tersebut kemudian membentuk persepsi, pendapat, sikap, dan akhirnya sampai dengan tindakan public. Disebutkan juga oleh pawito, public akan semakin bergantung pada media massa pada saat keadaan politik mulai memanas dan menimbulkan sebuah konflik antara elit atau komponen tertentu pada saat penyelenggaraan pemilihan umum. Hal ini juga dimanfaatkan media massa untuk menjadikan momen ini sebagai konten pemberitaan dimana media massa diuntungkan dengan perkembangan politik karena media massa memperoleh bahan publikasi yang diminati oleh publik. Oleh sebab itu, media massa tidak lepas dari politik, dan begitu juga sebaliknya; politik tidak dapat lepas dari media massa<sup>24</sup>

Walaupun media dan juga politik tidak dapat dilepaskan, namun media dan politik memiliki logika masing-masing. Kedua logika tersebut dapat disatukan dengan mediasi politik. Mediasi menjadi syarat atas konsep mediaisasi politik karena mengansumsikan bahwa mediaisasi politik merupakan adanya perkembangan dari pengaruh media itu sendiri di tengah-tengah masyarakat. Dengan begitu, media tidak lagi disebut sebagai organisasi, namun media seharusnya disebut dan juga dipahami sebagai suatu sub-sistem dari budaya yaitu dalam memproduksi dan penggunaan simbol, tanda, pesan, makna, dan nilai-nilai. Apabila media dipahami sebagai sebuah sistem budaya atau institusi, sudah seharusnya organisasi media dikenal sebagai organisasi yang semakin independen dari institusi atau lembaga politik lainnya. Dalam penjelasan Stromback, media memang memproduksi berita yang disederhanakan dan membentuk suatu kerangka kerja yang lebih teratur tentang bagaimana politikus atau aktor politik tersebut beroperasi. Dari hal itu dapat dilihat bahwa media tidak bisa dipandang sebagai organisasi yang dependen saja, namun juga lebih dipandang sebagai institusi independen yang memiliki pengaruh luas dalam kehidupan sosial-politik.<sup>25</sup>

<sup>24</sup> Pawito, *Komunikasi Politik : Media Massa dan Kampanye Pemilihan*. (Yogyakarta : Jalasutra, 2009), Hal. 92

<sup>25</sup> Stromback, *Mediatization*, *Op. cit.* Hal. 4

Jika media memiliki logika sendiri, maka politik juga memiliki logika. logika dari politik ini sendiri adalah menyanggung tentang permasalahan kolektifitas dan otoritas dalam membuat dan juga mengimplementasikan sebuah keputusan. Stromback dan Esser membagi logika politik dalam enam dimensi;

- (1) Dimensi dalam alokasi kekuasaan, dalam dimensi ini meliputi proses dan aturan yang mengatur bagaimana suatu permasalahan distribusi dan alokasi kekuasaan politik.
- (2) Dimensi kebijakan, dimensi ini juga meliputi proses dan aturan yang mengatur bagaimana suatu masalah yang membutuhkan solusi politik lebih diidentifikasi dan dibingkai dan selanjutnya untuk menemukan solusi untuk permasalahan tersebut.
- (3) Dimensi partisan atau kelompok yang didalamnya terdapat usaha untuk memenangkan dan memberikan keuntungan bagi partisan atau kelompok politik tertentu.
- (4) Dimensi musyawarah, didalamnya terdapat proses serta aturan untuk mengatur musyawarah politik, persetujuan atau *bargaining*, pembangunan konsensus, dan juga tentang pencapaian keputusan otoritatif.
- (5) Dimensi implementasi yang didalamnya terdapat aturan serta proses untuk mengatur terlaksananya sebuah keputusan politik.
- (6) Dimensi akuntabilitas yang terdapat proses serta aturan untuk mengatur pemantauan politik, pengambilan keputusan, pelaksanaan, alokasi tanggung jawab politik, dan pemegang tanggung jawab yang akuntabel.<sup>26</sup>

Asumsi bahwa media merupakan institusi atau sistem yang berpengaruh dalam proses mediaisasi politik, maka secara prinsip inti dari mediaisasi politik adalah mekanisme pelebagaan dari logika media dalam subsistem sosial lainnya. Dengan begitu dapat dilihat dengan jelas bahwa media memiliki logika sendiri. Maksud dari logika media dijelaskan oleh Altheide dan Snow dan dikutip oleh Stromback, dimana logika media terdiri dari bentuk atas komunikasi, yaitu proses

<sup>26</sup> *Ibid*, Hal. 17

dimana media menghadirkan dan mentransmisikan sebuah informasi. Elemen dan bentuk komunikasi ini termasuk dalam variasi media dan format yang biasa digunakan oleh media tersebut.

Format tersebut terdiri dari bagaimana beberapa materi berita diorganisasikan, gaya presentasi, fokus atau juga penekanan pada karakter perilaku tertentu, dan juga tata bahasa dari komunikasi media. Format tersebut menjadi suatu kerangka kerja atau perspektif untuk mempresentasikan dan juga menafsirkan sebuah fenomena. Dengan begitu, logika media dapat dipahami sebagai cara tertentu bagi media untuk menginterpretasikan dan mengemas suatu fenomena sosial, kultural, dan tentu saja politik. Stromback juga menjelaskan bahwa banyak peneliti yang mengobservasi bahwa media telah mengembangkan teknik dalam mengemas berita yang disebut sebagai teknik *storytelling*. Dimana teknik ini meliputi; simplifikasi, polarisasi, dramatisasi, personalisasi, visualisasi, dan juga *stereotyping*, dan beberapa teknik tertentu dalam pengemasan *framing* suatu berita yang jelas format itu didahulukan daripada isi daripada berita itu sendiri. Dan pada akhirnya, Stromback mendefinisikan logika media sebagai institusional, teknhnologikal, dan sosiologikal karakteristik dari media berita, termasuk juga format karakteristik, produksi, dan penyebaran rutinitas, norma, dan kebutuhan, standar nilai berita, dan juga aturan formal serta informal yang mengatur media massa.<sup>27</sup>

Dalam kerumitan pembangunan suatu konsep media dan politik yang terlibat dalam suatu hubungan interaktif, pengaruh logika politik dan media dapat ditemukan dalam suatu liputan berita politik dan di dalam prioritas, sikap, dan perilaku lembaga-lembaga politik dan juga aktor politik. Terdapat situasi yang memunculkan ketegangan dan konflik antara logika politik dan juga logika media. Bahwa bagaimana kedua logika tersebut memberikan tanggapan pada bagaimana seharusnya media memberikan *cover* politik dalam komunikasi politik dan juga perumusan kebijakan. Dari alasan tersebut, Stromback memberikan penjelasan bahwa proses politik dan aplikasi praktis dari media massa memusatkan pada

<sup>27</sup> *Ibid*, Hal. 19

perhatian atas peliputan dan pembuatan berita yang dapat diakomodir oleh logika politik dan juga logika dari media. Persyaratan utama agar media dapat mengambil peran utama adalah dengan memilah komunikasi politik dan pemerintahan mana yang dimainkan oleh aktor politik, yang bisa dijangkau oleh media, dan juga harus dipahami oleh khalayak umum atau masyarakat. Sedangkan dalam kasus selanjutnya, kebutuhan dari sistem politik untuk dapat mengambil peran utama adalah dengan mengatur bagaimana komunikasi politik dapat dimainkan, dijangkau, dan juga dapat pula dipahami. Sehingga dari kedua kasus tersebut media dapat dianggap sebagai suatu lembaga politik atau lembaga demokrasi dengan kewajiban untuk membantu pekerjaan dari sistem demokrasi itu sendiri. Dan dalam kasus yang pertama, media dianggap berorientasi pada bisnis komersial tentang bagaimana melayani keinginan dan kebutuhan khalayak serta pengiklan mereka.<sup>28</sup>

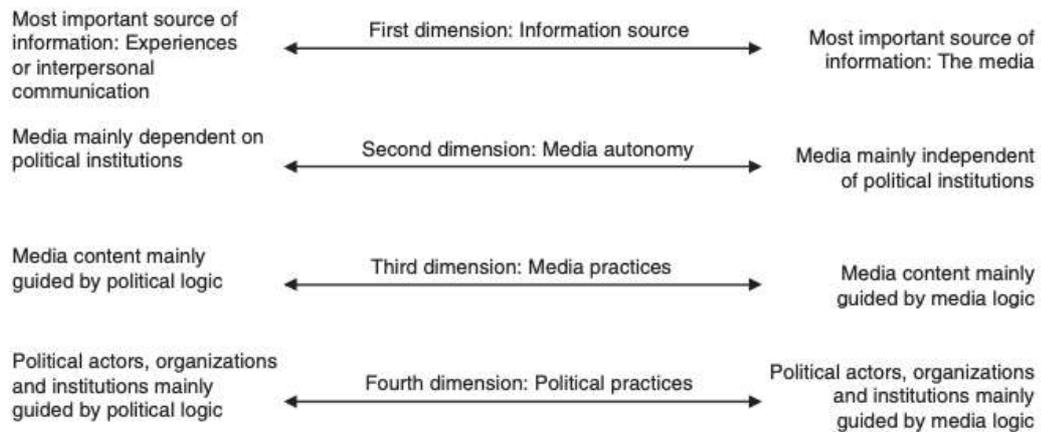
### 1.6.2 Mediaisasi Politik

Diluar adanya fakta tentang media dan politik yang memiliki logika sendiri, namun fakta politik yang telah termediaisasi tetaplah ada. Menurut Stromback, ada empat dimensi yang dapat menggambarkan situasi dimana politik telah termediaisasi. *Pertama*, sejauh mana media menjadi sumber informasi yang penting. *Kedua*, sejauh mana independensi media terhadap institusi politik. *Ketiga*, logika apa yang banyak mempengaruhi konten berita, yaitu logika media atau logika dari politik. Dan yang *keempat*, logika apakah yang paling mempengaruhi aktor politik. Hal itu dapat dilihat dari gambar dibawah.<sup>29</sup>

<sup>28</sup> *Ibid*, Hal 20-21

<sup>29</sup> *Ibid*, Hal. 7

Gambar 1. 1 Konsep empat dimensi dalam mediaisasi politik



**Sumber :** *Mediatization of politics* (2014) Hal. 7

Pengaruh media massa memang yang sangat penting dalam mengendalikan agenda masyarakat, namun juga harus diperhatikan bahwa media juga memiliki pengaruh terhadap sebuah institusi ataupun actor politik. Dan juga sebaliknya, actor ataupun institusi politik juga dapat mempengaruhi media, dengan mediasi hal itu mungkin dilakukan. Stromback mengatakan bahwa mediaisasi politik diperlukan untuk menyatukan logika dari media dan juga logika dari politik itu sendiri. Stromback menjelaskan bahwa seorang actor politik yang ingin mempengaruhi media harus memiliki sumber daya yang cukup, karena pada dasarnya media massa memang memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap public sehingga actor ataupun institusi politik apabila ingin mengkonstruksi berita yang akan dipublikasikan oleh media harus diatur sesuai keinginan actor maupun institusi politik. Ketika logika media dan politik saling bertentangan, maka manajemen dalam pemberitaan juga harus diperhatikan oleh wartawan, walaupun media sudah dipengaruhi dan juga akhirnya actor dan institusi sudah termediaisasi, namun prinsip dasar media juga harus tetap dijaga, yaitu prinsip independensi media massa. Sehingga, konten yang dikeluarkan media walaupun sudah sesuai dengan keinginan institusi ataupun actor politik, namun harus terlihat senetral mungkin.<sup>30</sup>

<sup>30</sup> *Ibid*, Hal 244

## **1.7 Metode Penelitian**

Metode penelitian merupakan prosedur yang akan dilakukan dalam penelitian yang meliputi proses pengumpulan data atau informasi yang berkaitan dengan posisi Beritajatim.com sebagai media online pada masa kampanye Pilgub Jatim 2018.

### **1.7.1 Fokus Penelitian**

Fokus pada penelitian ini adalah pemberitaan oleh Beritajatim.com dalam rubrik politik pada saat masa kampanye Pilgub Jatim 2018, dimana diharapkan adanya fakta mengenai posisi dari Beritajatim.com itu sendiri apakah berpihak pada salah satu pasangan calon atau justru Beritajatim.com masih bersikap netral dan seimbang dalam mengangkat suatu pemberitaan tentang kedua pasangan calon yaitu Khofifah-Emil dan Saifullah-Puti.

### **1.7.2 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif deskriptif, dimana penelitian kualitatif deskriptif digunakan untuk menguraikan suatu fakta politik yang ada.

### **1.7.3 Subyek Penelitian**

Subyek dalam penelitian ini adalah a konten pemberitaan Beritajatim.com , Beritajatim.com dipilih karena Beritajatim.com merupakan salah satu media online terbesar di Jawa Timur dan juga sudah terverifikasi oleh dewan pers nasional, dan juga ikut memberitakan peristiwa Pilgub Jatim 2018. Konten yang peneliti analisis adalah konten yang memuat pemberitaan Pasangan calon Saifullah Yusuf-Puti Guntur dan Pasangan calon Khofifah-Emil Dardak selama masa kampanye Pilgub Jatim 2018 sebagai data pendukung untuk melihat konstruksi citra politik yang dipublikasikan oleh Beritajatim.com. Selain konten pemberitaan Beritajatim.com , peneliti juga akan mewawancarai beberapa narasumber sebagai berikut :

Tabel 1. 2 Narasumber

Nama	Konteks Sebagai Narasumber	Kapasitas
Dwi Eko Lokononto	Pemimpin Umum & Pemimpin Redaksi	Memberikan informasi mengenai fakta mediaisasi antara Beritajatim.com dan pihak pasangan calon.
Rahardi Soekarno Junianto	Reporter Bidang Politik & pemerintahan Beritajatim.com	Memberikan informasi mengenai proses dalam membuat sebuah konten pemberitaan dan juga agenda setting serta framing apa yang digunakan dalam Beritajatim.com.

#### 1.7.4 Teknik Pengumpulan Data

##### 1. Studi dokumen

Teknik ini dilakukan untuk mengumpulkan data dengan cara mengkategorisasi dan juga klasifikasi bahan-bahan tertulis yang berkaitan dengan masalah penelitian, baik dari sumber dokumen maupun buku-buku, koran, majalah, dan sebagainya. Dokumen bisa berupa tulisan seperti biografi, peraturan, kebijakan, pengumuman, dan sebagainya. Serta juga bisa dalam bentuk gambar seperti foto ataupun video.

##### 2. Wawancara

Wawancara secara mendalam dilakukan dan didasarkan pada pedoman wawancara, pertanyaan-pertanyaan terbuka, dan juga penyelidikan secara informal untuk memfasilitasi diskusi tentang isu-isu dengan cara terstruktur ataupun tidak terstruktur. Pedoman wawancara digunakan sebagai poin-poin dari topik yang akan dicakup, walaupun urutan pembahasan tidak ditentukan sebelumnya. Pertanyaan terbuka digunakan untuk memungkinkan narasumber berbicara Panjang lebar mengenai sebuah topik.<sup>31</sup>

<sup>31</sup> Marsh, David & Gerry Stoker, *Teori dan Metode dalam Ilmu politik*, (Bandung : Nusa Media, 2010). Hal. 240

### 1.7.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dengan lebih mengutamakan kedalaman data. Data dokumen akan digunakan Teknik analisis wacana (*discourse analysis*). Teknik ini tidak hanya teknik analisis isi, yang nantinya lebih cenderung kuantitatif karena hanya melihat pada pesan yang muncul dan kurang memperhatikan konteks. *Pertama*, akan digunakan analisis wacana elektif. Dalam prinsipnya, setiap teks berita adalah hasil dari konstruksi realitas yang minimal mencakup tiga aspek, yaitu : perlakuan atas peristiwa atau agenda setting, strategi pengemasan, dan penggunaan symbol. Penggunaan analisis wacana juga didasarkan pada sebuah metode yang dapat dilihat dalam tabel berikut<sup>32</sup> :

Tabel 1. 3 Instrumen Analisis Teks Elektif

Unsur Kerangka Teori	Unsur Pembentuk Teks	Evidensi (Kenyataan)		
		Alat Pembuktian	Bukti Teks	Makna
Fungsi Agenda setting	Perlakuan atas peristiwa	Tema yang diangkat		
		Penempatan Berita		
Strategi Framming	Sumber yang dikutip	Nama dan atribut social sumber		
	Cara Penyajian	Pilihan fakta yang dimuat		
		Struktur penyajian		

<sup>32</sup> Ibnu Hamad, *Op.cit.* Hal. 49-50

Jalan Pikiran (Kesimpulan) Yang Dibuat				
--	--	--	--	--

*Kedua*, analisis data yang diperoleh dari hasil wawancara dari beberapa narasumber yang telah ditentukan dalam subyek penelitian disusun dan diinterpretasikan dalam teori yang telah ditentukan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana posisi Beritajatim.com sebagai media dalam masa kampanye Pilgub Jatim 2018. Untuk menemukan fakta dan jawaban dari penelitian, maka perlu melakukan tiga langkah analisis yaitu; *text analysis*, *processing analysis*, dan *social analysis*.